

Le questionnaire de satisfaction clients est un des outils permettant de mesurer la fidélité de vos clients à vos produits, à vos marques, à votre entreprise.

Avant de construire votre questionnaire, vous aurez :

1. identifié les objectifs de votre enquête de satisfaction (connaître, mesurer, expliquer, solliciter, manager, par exemples)
2. choisi vos cibles clients (tous vos clients ou certains seulement)
3. constitué votre fichier clients
4. listé et organisé toutes les questions que vous souhaitez poser à vos clients
5. établi un planning de réalisation de l'enquête
6. défini un budget.

Les 10 facteurs clés de succès

- Joignez une lettre de votre direction (en postal) ou valorisez l'objet de votre appel (téléphone) pour motiver vos interlocuteurs et faire passer l'esprit satisfaction client qui anime votre démarche.
- Posez votre question sur la satisfaction globale en début de questionnaire (les opinions sont plus sincères et un peu plus sévères).
- Articulez votre enquête avec des thèmes généraux (commercial, logistique) et les critères qui les définissent ensuite (fréquence de visite des commerciaux - qualité de la livraison).
- Utilisez de préférence une échelle mathématique pour le téléphone et une échelle sémantique pour le postal.
- Posez une question ouverte, soit en fin de thème, soit à chaque point d'insatisfaction.
- Posez une question de levée d'anonymat si vous souhaitez donner une suite opérationnelle aux insatisfactions relevées.
- Pensez, bien sûr, aux questions orientées fidélité (recommandation, réachat, préférence, etc..).
- Bannissez toutes les questions qui ne reposent pas sur une vraie "expérience" de vos clients.
- Limitez votre enquête à 4/6 pages pour l'écrit et à 15/20 minutes maximum pour le téléphone. En divisant le nombre de questions que vous posez par 3, vous obtenez un rapide estimatif de la durée de votre enquête (en minutes), 15 questions, c'est 5 minutes....
- Testez toujours votre questionnaire avant sa réalisation.

Source : d'après INit Satisfaction